

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de **COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN MEDIOS
DIGITALES**

“ANÁLISIS DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA EN
LA PRIMERA TEMPORADA DE LA SERIE DE
FICCIÓN 'LA CASA DE PAPEL' (2021)”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Comunicación Audiovisual en Medios
Digitales**

Autor:

Karla Janet Santos Mechato

Asesor:

Mg. Gerardo Karbaum Padilla

<https://orcid.org/0000-0002-8089-3640n>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	JUAN DAVID GARCIA GRANARA
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	DIEGO ALONSO BACA CACERES
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	GERARDO KARBAUM PADILLA
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD

TESIS_KARLA SANTOS

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	5 %
2	docs.google.com Fuente de Internet	1 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	Submitted to Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas Trabajo del estudiante	1 %
6	icono14.net Fuente de Internet	1 %
7	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1 %
8	repositorio.cuc.edu.co Fuente de Internet	1 %

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo con un profundo placer y alegría a mis padres; Silvia Mechato y César Santos, quienes siempre me apoyaron y me aconsejaron para hacer de mí, una mejor persona cada día; por la confianza que me han brindado, por sus consejos y por el amor incondicional que me siguen dando. Por otro lado, se lo dedico a mi compañero incondicional Luke, quien fue mi soporte y apoyo emocional durante todo el desarrollo del presente trabajo.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mi familia por brindarme su confianza, amor y apoyo incondicional en cada una de mis decisiones, por hacer posible que siga mis sueños, metas y por darme los mejores consejos. Se los agradezco de corazón.

Por último, agradecer a Andrea Oré, por aguantar todas las dudas y preguntas que tenía, por la enorme paciencia y por todo su apoyo, muchas gracias.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Antecedentes	12
1.3. Bases teóricas	14
1.3.1. Serie de ficción La Casa de Papel: Historia	14
1.3.2. Serie de ficción La Casa de Papel: Argumento	15
1.3.3. Ficha técnica de La Casa de Papel	15
1.3.4. Narrativa Transmedia	16
1.4. Justificación de la Tesis	21
1.5. Formulación del problema	22
1.6. Objetivos	22
1.6.1. Objetivo general	22
1.6.2. Objetivo específico	22
1.7. Hipótesis	22
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	23

2.1. Enfoque	23
2.2. Población y muestra	23
2.2.1. Población o universo	23
2.2.2. Muestra	24
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos:	25
2.4. Procedimiento	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS	29
3.1. Participación de la audiencia:	29
3.1.1. Audiencia	29
3.1.2. Seguidores	30
3.1.3. Canal de Youtube	31
3.1.4. Interacción en las páginas de Facebook, cuentas de Instagram y Twitter (ahora llamada X) creadas por Atresmedia y Netflix	31
3.1.5. Comunidad en Facebook: Grupo privado - La Casa De Papel – Netflix – Español Exiles Team y Grupo público - La Casa De Papel Fans	32
3.1.6. Creación de contenido en Facebook: Grupo privado - La Casa De Papel – Netflix – Español Exiles Team y Grupo público - La Casa De Papel Fans	32
3.2. Plataformas	33
3.2.1. Medios digitales: Páginas de Facebook, cuentas de Instagram y Twitter (ahora llamada X) de Atresmedia y Netflix	33
3.2.2. Página Web	34
3.2.3. Netflix	35
3.2.4. Libro: La Casa de Papel – Escape Book. El diario del profesor	35
3.2.5. Juego en línea: La casa de papel – HabboSecurity	35
3.2.6. Juego en vivo: La casa de papel – The Experience e Instagram oficial	35
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	36
REFERENCIAS	38
ANEXOS	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Capítulos de La Casa de Papel – Primera Temporada.....	23
Tabla 2: Capítulos de La Casa de Papel (primera temporada) seleccionados como muestra.....	24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Contenido de la página web de Antena 3	18
Figura 2: Contenido de la página web de Antena 3	19
Figura 3: Contenido de la página web de Antena 3	20
Figura 4: Contenido de la página web de Antena 3	20
Figura 5: Contenido de la página web de Antena 3	20

RESUMEN

La presente investigación tiene como título “Análisis de la Narrativa Transmedia en la Primera Temporada de la Serie de Ficción 'La Casa De Papel' (2021)” y formula el objetivo principal de analizar los elementos de la narrativa transmedia usadas en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021). El presente estudio, es cualitativo, de tipo descriptivo y tiene como método de estudio el análisis de contenido. Asimismo, este trabajo hace uso del instrumento de investigación de las fichas de análisis, las cuales se usan para el análisis de toda la información obtenida de las narrativas transmedia de la presente serie de ficción. Los resultados obtenidos muestran los elementos de la narrativa transmedia que la serie La Casa de Papel tiene junto a las diversas interacciones que el público hace con sus publicaciones. Además de presentar diversos contenidos creados por los mismos fanáticos y seguidores, quienes se muestran activos en todas sus redes sociales.

PALABRAS CLAVES: Narrativa transmedia, análisis de contenido, interacción, participación de la audiencia, medios digitales, serie de ficción.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El thriller es un género de ficción, el cual hace que el espectador se mantenga en constante suspenso. Por ello, cuando se desarrolla un proyecto de este género, se juega con diversos recursos narrativos. El fin del género thriller es sorprender a los espectadores con un final atónito, haciendo que estos procesen la información mostrada hasta terminar el proyecto audiovisual (Musante, 2011, p. 163).

La línea de investigación a trabajar es tecnologías emergentes. Además, se obtiene como sub línea para la carrera de Comunicación Audiovisual en Medios Digitales la comunicación interactiva, telecomunicación y multimedia. Asimismo, la pregunta de investigación a desarrollar es ¿Cómo se presentan los elementos de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?. Por ello, se tiene como objetivo analizar las narrativas transmedia usadas en la primera temporada de la serie de ficción La Casa de Papel (2021).

En la actualidad, existen series de televisión que fueron impulsadas por el desarrollo del internet y las diferentes comunidades de fanáticos. Esto llevó a que estas fueran consideradas un género separado de la programación televisiva y del cine. Por ello, las series de tv tuvieron una gran acogida de parte de la audiencia, ya que estas tenían un mayor contenido de drama de lo habitual. Además, estas atrapaban al público con las nuevas formas de encadenar tramas o romper con las tradicionales frecuencias que se transmitían (Cuadrado, 2016, p. 20).

Por otro lado, se tiene a Netflix, la plataforma de streaming más conocida en la actualidad, la cual se encarga de exhibir producciones audiovisuales desde el año 2013. Esta plataforma streaming es considerada como la principal plataforma de distribución de

proyectos audiovisuales y contenidos, la cual ha permitido que se pueda expandir e incorporar opciones innovadoras en su servicio de videos online. (Heredia, 2017, p. 280).

Por ello, el mundo narrativo de la ficción se enfrenta en la actualidad a una época de cambios y el mercado transmedia conoce bien las características de sus productos y apuesta por la transmedialidad en las series, donde los espectadores forman parte de la producción del proyecto y expanden nuevos contenidos (Carreño, 2016).

1.2. Antecedentes

Los siguientes siete estudios fueron realizados en España. En primer lugar, se comprueba que es necesaria la elaboración de modelos de análisis para la expansión de la transmedia, así estos permiten examinar cómo son transferidos todos los elementos que forman parte de los diversos mundos transmediales de una manera profunda y detallada, más allá de los elementos generales (Rosendo, 2016, p. 67).

En segundo lugar, se sabe que el crecimiento del consumo multipantalla de contenidos de ficción es una de las partes más importantes en la transformación de los medios audiovisuales. Puesto que, cada día se suman más consumidores de las nuevas tecnologías. Además, para expandir y compartir el mensaje de la transmedialidad, se hace el uso de la búsqueda de diferentes estrategias de comunicación. Así mismo, la transmedialidad no se limita en la manera de narrar o contar un relato, sino también al proceso de crear, producir y propagar una historia (Ivars, y Zaragoza, 2018, p. 257).

En tercer lugar, según la investigación de Bowie, y Zapatero, (2015, pp. 19-24), el objetivo principal de su proyecto es superar los límites entre el cine y la literatura, los cuales, a lo largo de los años siempre, han tenido una gran controversia para afrontar una realidad mucho más compleja de la que daban cuenta los acercamientos tradicionales al comparar los textos literarios que fueron llevados a la pantalla grande.

En cuarto lugar, respecto a las ficciones de televisión, se define que estas son relevantes en lo que a la expansión narrativa transmedia se refiere. Puesto que, unas tienen una finalidad publicitaria; algunos siguen siendo transmedia, pero se limitan a permitir el acceso al producto de televisión desde otro medio y otros son adaptaciones que varían algunos acontecimientos en otros medios de expresión, practicando así nuevos cambios en el mundo transmedial obligadas por el nuevo medio. (Rodríguez et al, 2014, p. 74)

En quinto lugar, para identificar precisamente las principales necesidades del prosumidor y sus repercusiones en un proyecto audiovisual transmedia es necesario explicar la idea que tiene el espectador. Esto se realiza mediante el análisis de la documentación bibliográfica existente en la actualidad y observar sus acciones en futuros proyectos transmedia (Lastra, 2016, pp. 74-75).

En sexto lugar, la narrativa transmedia puede usarse en diferentes ámbitos, como en la educación, la publicidad o la ficción. Formoso et al. (2016, p. 214) se centran con mayor énfasis en el análisis de contenidos de ficción, principalmente en las series de televisión y en las campañas promocionales de sus productos de ficción.

En séptimo lugar, se indaga los posibles cambios que la narrativa transmedia ha creado en los modos de producción y recepción de los fanworks, principalmente de los fan fiction. Ya que este se considera como una gran creación de los usuarios para la expansión de la trama y la creación de nuevos mundos transmediales (Guerrero, 2015, p. 727).

El estudio de Corona, (2016, p. 45), realizado en México, presenta dos ideas centrales. La primera es hacer evidente que el universo transmedial es complejo y seguirá creciendo a lo largo que se investigan las actuales y pasadas narrativas y producciones, y así estas puedan incorporarse con mayor fuerza a los análisis que los usuarios crean. Por otro

lado, la segunda idea es que la pregunta que siempre se debe formular para la organización de esa diversidad es: ¿cuándo es transmedia?

El trabajo de investigación realizado en Perú, presenta el resultado cautivador del estudio de la participación activa de la audiencia, para así conocer los cambios sociales que traen estos hechos. Este permite saber si el uso de la narrativa transmedia en series que tocan diferentes temas sensibles ayuda a que se cree un mejor acercamiento a estos temas sociales, gracias al guion, al diálogo, el debate y la visibilidad que no se podrían alcanzar desde una narrativa o educación tradicional (Atarama y Requena, 2018, p. 194)

1.3. Bases teóricas

1.3.1. Serie de ficción La Casa de Papel: Historia

La Casa de Papel, es una serie que se puede encontrar en Netflix, pero ese no es el inicio de la creación de una de las más importantes series de esta plataforma streaming, sino que tiene una historia que involucra otras productoras antes de hacerse mundialmente reconocida.

En primer lugar, en el 2017, esta serie fue lanzada a las pantallas por la productora Atresmedia, difundiendo sus 15 capítulos por la señal abierta de España, Antena 3, entre los meses mayo y noviembre (Bluper, 2018). Posteriormente, Atresmedia firmó un acuerdo con Netflix, brindándole todos los derechos de distribución, para que esta pueda prolongar mucho más la serie de ficción. Y así La Casa de Papel se estrena en Netflix el 25 de diciembre del 2017 y se hace mundialmente popular, no sin antes hacer algunos cambios a la hora de distribuirla; como reducir de los 15 capítulos programados, a solo 13. Además, recortaron el tiempo de duración de cada capítulo, los cuales originalmente duraban más de una hora, y actualmente duran de 40 a 50 minutos (Pereira, y Portilla. 2020, p. 1545).

1.3.2. Serie de ficción La Casa de Papel: Argumento

Esta primera temporada nos narra la historia de ocho ladrones que toman la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre de España, la cual piensan asaltar, pero no con cualquier atraco, sino con uno que viene siendo estructurado por un largo tiempo. Estos ladrones toman como rehenes a todo que se encuentre en aquel lugar, mientras el líder de la banda manipula a la policía para cumplir con su plan (Netflix, 2017).

1.3.3. Ficha técnica de La Casa de Papel

Esta serie de ficción es un thriller y suspenso y fue creada por Álex Pina, quien trabajó con grandes actores y actrices, como:

- Álvaro Morte interpretando a “El Profesor”
- Úrsula Corberó interpretando a “Tokio”
- Pedro Alonso interpretando a “Berlín”
- Alba Flores c interpretando a “Nairobi”
- Miguel Herrán interpretando a “Río”
- Jaime Lorente interpretando a “Denver”
- Paco Tous interpretando a “Moscú”
- Darko Peric interpretando a “Helsinki”
- Radko Dragic interpretando a “Oslo”
- Itziar Ituño interpretando a “Raquel Murillo”
- Enrique Arce interpretando a “Arturo Román”
- Esther Acebo interpretando a “Mónica Gaztambide”

La Casa de Papel es una producción de Atresmedia junto con Netflix y fue reestrenada por esta plataforma streaming en el 2017, convirtiéndose así en una serie mundialmente reconocida (Netflix, 2017).

1.3.4. Narrativa Transmedia

La narrativa transmedia se puede considerar como un conjunto de experiencias y expansión de historias de una serie o proyecto audiovisual de ficción, ya que, estas siguen una estrategia comunicacional para acercar el proyecto a un nuevo público o afianzar a los actuales. Se sabe que el uso del internet y las redes sociales son los principales soportes de difusión de estas piezas; estas mismas no sólo son transmedia por su expansión narrativa en cuanto a la información extra que aporta, sino que la transmedialidad va de la mano con la participación de los usuarios. Y pues si este no se implica con la historia adecuadamente, en ocasiones, no se logra la expansión narrativa, por lo tanto, no se produce (Ivars y Zaragoza, 2018, p. 268).

Las diferentes estrategias transmediales usadas por las casas productoras cada vez son más innovadoras y creativas, pero a pesar de ello, todas tienen un mismo fin, acercarse cada vez más al espectador. Asimismo, estas tienen como meta, formar una relación emocional entre el canal y público, donde este valora si el género de ficción es más propenso a generar contenidos transmediales. Como la creación de comunidades en las redes sociales, especial para que los espectadores de la serie promuevan la participación de más usuarios interesados en el mismo tema (Formoso et al., 2016, p. 228).

Según Lastra (2016, p. 90): "Un producto audiovisual transmedia se fundamenta en tres pilares: un universo narrativo, un número de plataformas de expansión de ese universo y un prosumidor que interactúe con el contenido". Por ello, se concluye que la industria cultural junto al prosumidor, deben seguir una educación mediática acerca de su nuevo rol

como parte del mundo audiovisual. De esta manera, su apoyo y su participación en proyectos se realiza de una manera constructiva, crítica y con la suficiente capacidad analítica para tener en cuenta a las obras audiovisuales transmedia que pueden enriquecer el patrimonio cultural y audiovisual (Lastra, 2016, pp. 90-91).

1.3.4.1. Participación de la audiencia

Además, según Atarama, y Requena, (2018, p. 195), la participación del usuario es una de las características más importantes de los nuevos consumidores en la transmedialidad. Ya que, estos son los principales responsables para la expansión de los diferentes contenidos transmedia. Además, la participación de estos consumidores genera el mayor beneficio de un proyecto audiovisual, el cual es la perduración en el tiempo, haciendo que estos proyectos tengan más secuelas y más historias que contar a lo largo del tiempo.

1.3.4.2. Plataformas

Las plataformas existen ya desde hace al menos seis mil años, desde que existen las primeras formas de escritura, las diferentes tecnologías y formatos. Todas estas han competido entre sí por ocupar un lugar dominante en el espacio comunicativo, pero es ahora, donde estas siguen creciendo y permitiendo que diversos proyectos audiovisuales sean publicados, compartidos y expandidos por estas (Scolari, 2013).

Las plataformas actualmente son un mercado potencial, lo que indica que el consumo crece día a día, puesto que, existen cada vez más de ellas. Las redes sociales y el contenido en video siguen creciendo considerablemente. (Aguado y García, 2018).

Las plataformas revolucionan y sus servicios basados en internet han causado una gran transformación. Esto es gracias también a la difusión de las tecnologías de información y comunicación. Las plataformas actualmente ocupan el top 10 en valor de mercado e incluso van desde las industrias tradicionales y no tradicionales (Da Silva y Núñez, 2021).

1.3.4.2.1 Plataformas de La Casa de Papel

La Casa de Papel si bien en la actualidad es un título de Netflix, la mayoría de contenidos transmedia fueron desarrollados por su primera casa productora, Atresmedia, siendo lanzada por la señal de Antena 3, la cual tiene su página web en donde se pueden encontrar todos los capítulos más un contenido extra, el cual no se puede visualizar por Netflix.



Figura 1: Contenido de la página web de Antena 3

Fuente: Página web oficial de Antena 3 (2021)

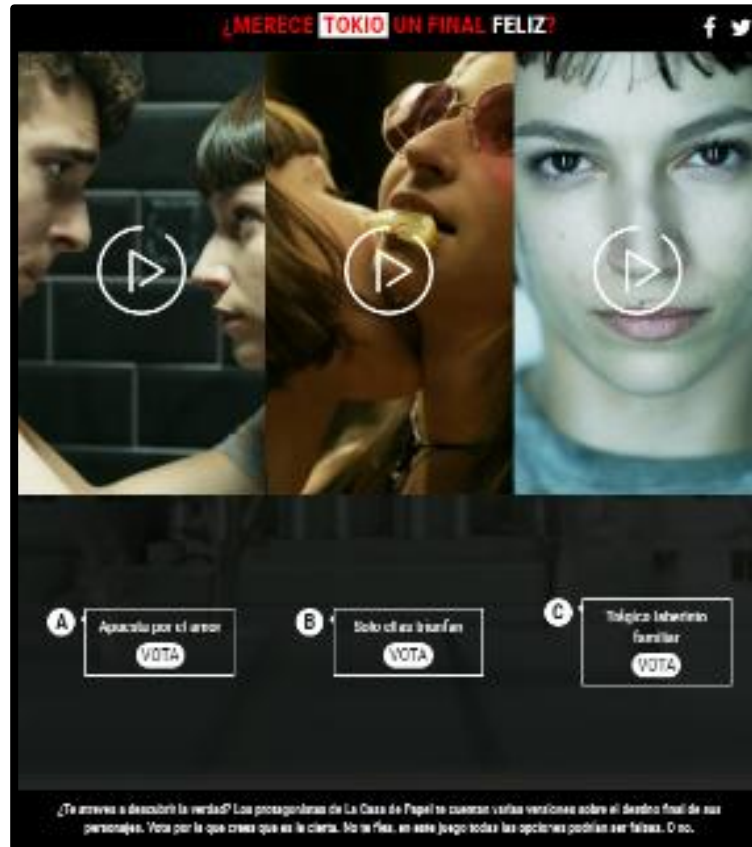


Figura 2: Contenido de la página web de Antena 3

Fuente: Página web oficial de Antena 3 (2021)

En primer lugar, se tiene a “[.REC]”, sección donde los personajes nos cuentan algunas experiencias durante el atraco de la primera temporada. En segundo lugar, encontramos a "El Mentiroso", el cual es una colección de videos donde los actores ofrecen al público diversos finales para sus personajes, de esta manera el público interactúa directamente tanto como con los actores y con los personajes.



Figura 3: Contenido de la página web de Antena 3

Fuente: Página web oficial de Antena 3 (2021)

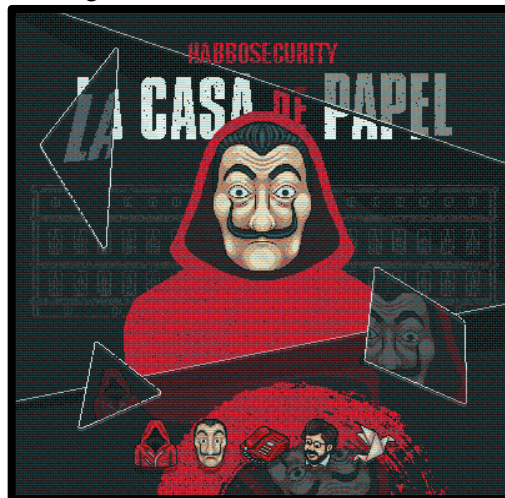


Figura 4: Contenido de la página web de Antena 3

Fuente: Página web oficial de Antena 3 (2021)



Figura 5: Contenido de la página web de Antena 3

Fuente: Página web oficial de Antena 3 (2021)

En tercer lugar, se encuentra "Tercer Grado", programa magazine en el cual los actores participan en diversos juegos y comentan cada episodio tras su estreno. En cuarto lugar, se tiene a "Las cinco claves para ser...", videos en donde los actores mencionan cinco características para dar vida a sus respectivos personajes. Como quinto lugar se tuvo a "Escape Room", juego en vivo, el cual consistía en que los jugadores y actores se disfrazaban con el vestuario rojo característico de la serie y recreaban el atraco de la serie. Por último, se crearon más narrativas transmedia como libros, juegos, apps móviles, merchandising, concursos, sorteos y fan fictions, los cuales ayudaron en la expansión de la serie (Antena 3, 2018).

1.4. Justificación de la Tesis

El presente trabajo de investigación, tiene como título "Análisis de la Narrativa Transmedia en la primera temporada de la serie de ficción La Casa de Papel (2021)", este tiene como objetivo analizar los elementos de la narrativa transmedia usadas en la primera temporada de la serie de ficción La Casa de Papel (2021).

Por un lado, se pretende obtener un aporte de mayor conocimiento acerca de los elementos de la narrativa transmedia. Por otro lado, como objetivo profesional, se pretende estudiar más a fondo el uso de las narrativas transmedia en series en futuros proyectos profesionales.

El mundo transmedial es importante para el éxito de cualquier proyecto audiovisual, pero también lo son los medios a través de los que crece, como el hecho de usar las convenciones y así cumplir con las expectativas que dichos medios generan en sus seguidores, recordando que ellos son la base de todo el éxito esperado (Rosendo, 2016).

1.5. Formulación del problema

La interrogante principal que se formula en el siguiente trabajo de investigación es: ¿Cómo se presentan los elementos de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)? y tiene como preguntas específicas ¿Cómo se presenta la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021)? y ¿Cómo se presenta el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

El objetivo general del presente trabajo de investigación es: Analizar los elementos de la narrativa transmedia usadas en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021).

1.6.2. Objetivo específico

Este trabajo de investigación tiene dos objetivos específicos, los cuales son:

- Describir la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021).
- Determinar el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021).

1.7. Hipótesis

La presente investigación no cuenta con una hipótesis ya que es de carácter cualitativo.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Enfoque

El enfoque considerado para la presente investigación es cualitativo, el cual tiene como principal y central elemento a la pregunta de investigación, la cual pertenece al eje que articula el estudio (Hamui, 2015, p. 56). Además, el interés fundamental de este enfoque no es la medición, sino la comprensión de todos los fenómenos y los procesos sociales en toda su complejidad. Puesto que, la base de un enfoque cualitativo es la pregunta de investigación, ya que, con ello se logrará comprender el tema estudiado, además de no necesitar una medición numérica (Martinez, 2012, p. 615).

Por ello, este trabajo de investigación desarrolla el enfoque cualitativo, el cual pretende poder responder preguntas de investigación en el proceso de interpretación sobre el análisis de las narrativas transmedia de la primera temporada de La Casa de Papel (2021).

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población o universo

El universo es una población o elementos de los cuales se desea obtener información en una investigación. Según Hernández, Fernández y Batista (2014) "Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones". (p. 174).

Por ello, el universo del presente trabajo de investigación está conformado por todos los capítulos de la primera temporada de la serie de ficción La Casa de Papel en la plataforma de Netflix, la cual cuenta con un total de 13 capítulos, además, se debe mencionar que todos los capítulos no cuentan con un título independiente y solo tienen como título su enumeración, en el orden correspondiente, del 1 – 13.

Tabla 1: Capítulos de La Casa de Papel – Primera Temporada

CAPÍTULOS	TÍTULO	TEMPORADA
Capítulo 1	Episodio 1	1
Capítulo 2	Episodio 2	1
Capítulo 3	Episodio 3	1
Capítulo 4	Episodio 4	1
Capítulo 5	Episodio 5	1
Capítulo 6	Episodio 6	1
Capítulo 7	Episodio 7	1
Capítulo 8	Episodio 8	1
Capítulo 9	Episodio 9	1
Capítulo 10	Episodio 10	1
Capítulo 11	Episodio 11	1
Capítulo 12	Episodio 12	1
Capítulo 13	Episodio 13	1

Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Muestra

La muestra representa un subgrupo del universo o población. Es un elemento que pertenece a un conjunto ya definido y en esencia representa un reflejo fiel del conjunto ya definido (Hernández, Fernández y Batista (2014).

El tipo de muestra que se desarrollará en el presente trabajo de investigación será el muestreo no probabilístico, donde la elección de los elementos no dependa de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador según su criterio (Hernández et al 2014).

Como ya mencionado, se tomará en cuenta el tipo de muestra no probabilístico, por ello, para cumplir los parámetros definidos, se ha decidido que la muestra del presente trabajo estará conformada por 5 capítulos de la primera temporada de La Casa de Papel. La elección fue debido a que, estos capítulos representan tanto el inicio y el final de la primera temporada. Además, son capítulos muy representativos para la audiencia debido a que los engancha con la trama y con los elementos usados.

Tabla 2: Capítulos de La Casa de Papel (primera temporada) seleccionados como muestra

CAPÍTULOS	TÍTULO	TEMPORADA
Capítulo 1	Episodio 1	1
Capítulo 2	Episodio 2	1
Capítulo 11	Episodio 11	1
Capítulo 12	Episodio 12	1
Capítulo 13	Episodio 13	1

Fuente: Elaboración propia

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos:

En primer lugar, el presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo, el cual se efectúa cuando se desea describir una situación determinada o las percepciones de un grupo de personas en una situación puntual. Además, se encarga de puntualizar las características de la población estudiada (Guevara et al. 2020).

Por otro lado, la investigación descriptiva estudia un fenómeno en condiciones naturales, generando así bases para los estudios analíticos. También nos informa que se dividen en estudios de prevalencia, de incidencia, estudios de caso o series de casos cuando la unidad de análisis es cada individuo (Cardona, 2015, p. 40).

Por lo tanto, esta investigación es descriptiva por que trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta de las variables. Además de no presentar hipótesis por lo mismo que es una investigación cualitativa.

En segundo lugar, el método que se usará en el presente trabajo, será el estudio de caso, el cual es usado como estrategia para la gestión del conocimiento y nace con el inicio de las ciencias sociales en el siglo XIX y tiene un gran desarrollo en el avance del conocimiento cultural (Díaz et al 2011).

El estudio de caso es una estrategia de investigación que tiene el fin de obtener respuestas con una finalidad descriptiva y explicativa. Según Díaz et al (2011)

“Es un concepto plurisémico y en algunas ocasiones equivoco. De manera general lo podemos considerar como una metodología de investigación sobre un inter/sujeto/objeto específico que tiene un funcionamiento singular, no obstante, su carácter particular también debe explicarse como sistema integrado”. (p. 6).

En tercer lugar, en el presente trabajo de investigación se usará como primera técnica de recolección de información, el análisis de contenido, puesto que se buscarán interpretar los diferentes conocimientos del tema de investigación. Por ello, según Nova, A (2017, pp. 185-186), el análisis de contenido permite interpretar documentos provenientes de cualquier tipo de comunicación, sea cualitativa o cuantitativa. Por ello, su desarrollo puede darse desde cualquiera de los dos paradigmas, o con los dos paradigmas.

Además, según González, (2015, p 323), en el proceso de análisis de contenido, tras el muestreo de los conocimientos del tema de investigación, es necesario definir las unidades de análisis, lo cual nos indica que el enfoque cuantitativo aborda el análisis del texto de forma deductiva, mientras que, el cualitativo analiza de forma inductiva. Por lo tanto, se puede definir que el usar un análisis de contenido es favorable en ambos enfoques, siempre que ambos puedan interpretarse de diferentes formas.

Como segunda técnica de recolección de información para esta investigación tenemos el Análisis de documentos. La cual tiene como principal objetivo, representar y describir los contenidos de los mismos documentos, mediante sus principales conceptos con el fin de guiar al usuario en la recuperación de documentos a los que necesita acceder (Aguirre y Jaramillo, 2015, p. 05).

Además, el análisis de documentos permite el acceso al uso de datos disponibles en fuentes escritas, visuales, impresas y virtuales, las cuales tienen acceso público referente al tema de investigación (Revilla, 2017, p. 282).

Por otro lado, es el procedimiento orientado a la aproximación, procesamiento y recuperación de información contenida en documentos, en donde se hallan, las técnicas de lectura y la reseña, el resumen, etc (Rojas, 2011, p. 279). Además, esta técnica se apoya en el análisis e interpretación crítica y dialéctica de textos, donde se exponen parte de los hallazgos logrados por investigaciones previas, principalmente en las investigaciones científicas (Buitrago, 2019).

Por lo tanto, el uso de esta técnica de recojo de información, ayudará y facilitará crear el orden y clasificación de la información obtenida en el desarrollo del presente trabajo. Por otro lado, también se utiliza para acercarse a los hechos y realizar un mejor trabajo de investigación, donde contribuye con la creación de las diferentes categorías creadas en el presente informe.

En último lugar, el instrumento a trabajar en la presente investigación, serán las fichas de análisis de contenido, las cuales nos permitirán organizar la información obtenida. Estas contienen títulos y subtítulos por cada categoría analizada, manteniendo un orden en todo el documento.

2.4. Procedimiento

Por un lado, en el presente estudio se utilizó como técnica para el proceso de la información a la 'Triangulación de datos'. Donde según Aguilar y Barroso, (2015, p. 74), esta técnica hace referencia al uso de diferentes estrategias y fuentes de información sobre una recolección de datos, la cual permite contrastar la información obtenida desde diferentes

fuentes. Además, menciona que dicha técnica puede ser de tres diferentes tipos: temporal, espacial y personal.

Por ello, esta técnica es la mejor opción para procesar todo el material y la información obtenida en el presente trabajo, ya que obliga al investigador a tener un orden en todo el informe, logrando así mejorar el trabajo de investigación.

Por otro lado, para el desarrollo del presente trabajo se utilizaron diferentes conceptos de información de diferentes autores, siempre respetando y citando a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas en esta investigación. Asimismo, como estudiante de esta casa de estudios, se respetará el Código de Ética del Investigador Científico UPN, fortaleciendo la cultura de los principios, valores, deberes y responsabilidades de parte de los investigadores (UPN, 2016). Por ello, basándonos en el método científico y sin dejar de lado los valores profesionales que un investigador debe observar; todos los resultados se presentan sin alterar datos reales. Por lo cual, se muestran todas las referencias de todas las fuentes que se han usado en el desarrollo de la presente tesis.

Por último, el presente trabajo de investigación, por ser un análisis de un caso específico, tiene como informante o fuente a la serie escogida para la investigación; 'La casa de Papel', de la cual solo se analizará su primera temporada en lo que son sus elementos de narrativa transmedia.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de la presente investigación.

3.1. Participación de la audiencia:

3.1.1. Audiencia

Como primera parte de los resultados del presente trabajo de investigación, está el análisis de la participación de la audiencia, donde tenemos al público de las transmisiones de los capítulos de la primera temporada de "La casa de Papel", emitidos primeramente por el canal español, Antena 3. El cual transmitió la serie por primera vez el 2 de mayo del 2017 y contó con 9 capítulos en la primera parte de su primera temporada y con 6 capítulos más para su segunda parte, con un total de 15 capítulos de 70 minutos cada uno en su primera temporada. Este estreno llegó hasta los 4.900.000 espectadores, pero al llegar al fin de emisión de su primera parte, el rating cayó severamente, obteniendo 2.176.000 de espectadores y un 14,7% de cuota de pantalla. Finalmente, el fin de la segunda parte, por lo tanto, el fin de la primera temporada también siguió disminuyendo, Neira et al (2021, p. 11).

Por otro lado, tenemos a la audiencia de las transmisiones por Netflix, plataforma streaming, donde se pueden encontrar series y películas. Por ello, el 27 de diciembre del 2017, esta plataforma reestrena La Casa de papel, después de haber comprado los derechos de distribución a su primera productora, Atresmedia.

La Casa de Papel, reestrena con 13 capítulos en su primera temporada, con una duración de 40–50 minutos cada capítulo, pues Netflix decidió hacer ajustes de duración en la nueva edición de los capítulos. La Casa de Papel se mantuvo por seis semanas consecutivas como la más seguida por los usuarios de la aplicación TV Time, la cual es una de las más populares en IMDb, la mayor base de datos fílmicos en Intern

Finalmente, el éxito de esta serie fue tan grande que actualmente cuenta con cinco temporadas vigentes y sigue en emisión por la plataforma de streaming, Netflix.

3.1.2. Seguidores

3.1.2.1. Páginas de Facebook, cuentas de Instagram y Twitter (ahora llamada X) de Atresmedia y Netflix

En primer lugar, contamos con las páginas de Facebook; por un lado, la primera página de Facebook de La casa de Papel, fue creada en 2017 por Atresmedia. Actualmente, tiene 2 millones de seguidores y más de 2 millones de likes en su página. Además, comparte diversos contenidos como fotos, videos, artículos, enlaces, etc. Por otro lado, la segunda página de Facebook de La casa de Papel, fue creada en 2018 por Netflix y actualmente cuenta con más de 4 millones de seguidores y con más de 3 millones de likes. Esta también comparte con el público contenidos como fotos, videos, artículos, enlaces, etc.

En segundo lugar, tenemos las cuentas de Instagram, como primera cuenta oficial de Instagram de La casa de Papel, se tiene a la que creó Atresmedia, la cual cuenta con más de 2 millones de seguidoras y 214 publicaciones. Además, se puede observar que la cuenta dejó de ser constante en sus publicaciones, puesto que las dos últimas publicaciones tienen meses de diferencia de publicación. Como segunda cuenta oficial de Instagram de La casa de Papel, se tiene la creada por Netflix, la cual cuenta con más de 13 millones de seguidores y un total de 333 publicaciones. Además, publican diversos contenidos y se puede decir que sí hacen uso constante de sus redes y tienen un público que es fiel y sigue viendo todo su contenido.

En tercer lugar, tenemos las cuentas de Twitter (ahora llamada X), donde la primera cuenta oficial de La Casa de Papel, @LaCasaDePapelTV, creada por Atresmedia, cuenta con 473 mil seguidores y fue creada en 2016 y contiene fotos, videos y enlaces compartidos de la página web, Antena3. Y la segunda cuenta oficial de La Casa de Papel,

@lacasadepapel, creada por Netflix, cuenta con 1 300 seguidores y fue creada en 2018. Esta también contiene fotos, videos, enlaces e imágenes y avances de sus temporadas posteriores.

3.1.3. Canal de Youtube

Existe solo un canal oficial de Youtube de La Casa de Papel y cuenta con 1,67 mil suscriptores, está verificada por Youtube y fue creada el 13 de febrero del 2019 en España.

3.1.4. Interacción en las páginas de Facebook, cuentas de Instagram y Twitter (ahora llamada X) creadas por Atresmedia y Netflix

La interacción tanto en las páginas de Facebook creadas por Atresmedia y por Netflix es muy notoria, pues en ambos casos, el público interactúa con todas las publicaciones que las páginas hacen. Desde comentarios, likes y números de compartidos. Además, el público hace es uso de diversos recursos que las redes sociales permite, como el uso de emojis, compartiendo imágenes, gifs, memes creados por ellos mismos, compartiendo música mediante los enlaces, reacciones a los comentarios de otros participantes y mucho más.

Como parte de la interacción en Instagram, ambas cuentas creadas por Atresmedia y Netflix, cumplieron con el objetivo, el cual es tener su público fiel a sus publicaciones. Esto se puede observar en la cantidad de likes, compartidos, reproducciones y comentarios de sus publicaciones. Además, en esta red social, se puede encontrar comentarios de cuentas de fanáticos, los cuales llevan el mismo nombre de la serie y usuarios que comparten la información mediante las etiquetas en comentarios.

La participación de la audiencia en twitter también se hizo presente frente a las publicaciones de las cuentas oficiales de Twitter de La Casa de Papel, creadas por Atresmedia y Netflix respectivamente, puesto que en ambas el público reaccionó de manera positiva a las publicaciones, ambas cuentas cuentan con likes, comentarios, retwitteadas,

etiquetas y respuestas. Ambas usan diferentes recursos, como concursos por redes sociales, uso de hashtags, uso de gifs, menciones a otras cuentas de Twitter, encuestas, etc.

3.1.5. Comunidad en Facebook: Grupo privado - La Casa De Papel – Netflix – Español | Exiles Team y Grupo público - La Casa De Papel Fans

Como parte de la comunidad, en Facebook se crean varios grupos públicos y privados por y para fanáticos de la serie. Por un lado, uno de los primeros grupos creados por los fanáticos de La Casa de Papel, el cual es uno de los más populares, es un grupo privado con 319 mil miembros y fue creado el 10 de febrero del 2018. Cuenta con una parte multimedia, donde encontrarán fotos, videos, álbumes y en cada una de ellos, comentarios, likes, hashtags y compartidos por los fanáticos de diversos países.

Por otro lado, también uno de los primeros grupos creados por los fanáticos de la serie de ficción, es un grupo público, en donde cualquier persona puede unirse, cuenta con 233.6 mil miembros y fue creado en España el 25 de febrero del 2018. También tiene una parte llamada multimedia, donde se podrá encontrar las secciones FOTOS, VIDEOS y ÁLBUMES, aquí se puede encontrar todas las fotos y videos publicados por los miembros del grupo. Además, en varias publicaciones, no faltan los likes, comentarios, compartidos, uso de hashtags e invitaciones a los grupos internos de fanáticos por medio de comentarios.

3.1.6. Creación de contenido en Facebook: Grupo privado - La Casa De Papel – Netflix – Español | Exiles Team y Grupo público - La Casa De Papel Fans

Como parte de la creación de contenido, se encuentran las creaciones por parte de los mismos fanáticos, quiénes crean diversos recursos, como imágenes, memes, adaptaciones a la tendencia del momento y cada una de estas vienen acompañadas de las reacciones, comentarios y compartidos del resto de integrantes del grupo. Estas creaciones se pueden observar en las publicaciones de ambos tipos de grupos: Públicos y privados.

Por otro lado, en el grupo público, muchas más personas comparten sus fotos personales con los trajes característicos, emprendimientos respecto a la serie, diseños, dibujos y diversos edits. Cada uno de ellos con la interacción del resto de miembros del grupo, con likes, comentarios, reacciones y compartidos.

3.2. Plataformas

3.2.1. Medios digitales: Páginas de Facebook, cuentas de Instagram y Twitter (ahora llamada X) de Atresmedia y Netflix

Como segunda parte de los resultados del presente trabajo de investigación, tenemos a las plataformas creadas para la distribución de la serie de ficción, La Casa de Papel. Por un lado, están las diversas redes sociales; como primera red social, tenemos las páginas oficiales de Facebook. Donde cada una de las páginas nos muestra una sección de fotos, videos, su comunidad, un espacio donde se puede observar la cantidad de seguidores que tiene, una lista de sus fans destacados y también nos dan información adicional como los links del resto de sus páginas y redes sociales oficiales, respectivamente.

Como segunda red social, tenemos a las cuentas oficiales de Instagram. Donde cada una de las cuentas nos muestra su número de publicaciones, seguidores y cuentas que sigue. Además, se puede encontrar la sección de historias destacadas, fotos, videos, reels y publicaciones en las cuales fueron etiquetados respectivamente.

Como tercera red social, tenemos a las cuentas oficiales de Twitter (ahora llamada X). Donde cada una de las cuentas, nos muestra en su perfil respectivamente, la cantidad de seguidores que tienen y el número de cuentas que sigue. Además, encontramos la parte de los tweets creados desde los inicios de cada cuenta, una sección de fotos, videos, tweets y respuestas, sugerencias de cuentas a seguir y, por último, podemos encontrar los tweets a los cuales le dieron like; tweets que son compartidos por los fanáticos de la serie que siguen la red social presente.

3.2.2. Página Web

3.2.2.1. Antena 3

En segundo lugar, tenemos a las diversas páginas web oficiales que se crearon para la distribución de La Casa de Papel.

En la página web oficial de Antena 3, encontramos contenido exclusivo de la serie, además de todos los capítulos de la primera temporada. Como parte de las secciones que tiene dicha página, en la parte de MOMENTOS, encontramos todos los capítulos y sus momentos más importantes. Como siguiente sección, encontramos a [-REC], espacio donde se muestran clips de todos los personajes contando secretos que no se muestran en la serie. Como tercera sección, encontramos a EL MENTIROSO, sección donde hacen preguntas a los seguidores sobre el final de los personajes, dando tres opciones, donde una de ellas es la respuesta correcta. Como cuarta sección, tenemos a TERCER GRADO, el cual es un programa magazine donde el elenco incluyendo al director y producción participan de diversas entrevistas, juegos y dinámicas. Como penúltima sección, tenemos la parte de NOTICIAS, donde muestran diferentes notas de la serie. Y como última sección, se muestra la parte PERSONAJES, donde muestran información extra de cada uno de los participantes.

Como última parte de la página web de Antena 3, se muestran las secciones del Making Off, donde presentan videos de los detrás de cámara del rodaje de la serie.

3.2.2.2. ATRESplayer

En la página web de ATRESplayer, se muestra una sección de EXTRAS, donde se observan diversos videos como los de la página de Antena 3, entrevistas, clips, etc. Además, en la parte final de la página recomienda series del mismo género de La casa de Papel.

3.2.3. Netflix

En la página principal de Netflix, podemos encontrar todos los capítulos de la serie, información de todo el elenco, dirección y producción de La Casa de Papel, también encontraremos los tráileres y avances de cada temporada. Además, nos muestra una sección llamada: Colección de La casa de Papel, donde podremos encontrar títulos extras que forman parte del mundo de la Casa de Papel. Y en su sección de: Más títulos similares a este; se podrá visualizar diferentes series del mismo género que La Casa de Papel.

3.2.4. Libro: La Casa de Papel – Escape Book. El diario del profesor

Continuando con las diferentes plataformas creadas como parte de la transmedia para La Casa de Papel, una de ellas fue un libro de ficción titulado "LA CASA DE PAPEL, ESCAPE BOOK. EL DIARIO DEL PROFESOR", escrito por Ivan Tapia y Montse Linde.

3.2.5. Juego en línea: La casa de papel – HabboSecurity

Se creó un juego en línea dedicado a La Casa de Papel, llamado HabboSecurity, este juego creó un evento especial de la serie en 2017, tomando el nombre de "La Casa de Papel - Habbo security". Dicho evento tenía reglas a seguir y premios reales para los participantes.

3.2.6. Juego en vivo: La casa de papel – The Experience e Instagram oficial

Por último, se creó un juego en vivo llamado: LA CASA DE PAPEL - THE EXPERIENCE, el cual es un evento en donde el público puede comprar sus entradas para vivir la experiencia de un atraco como el de la serie. Este evento fue dado en diferentes países y ciudades y fue patrocinado por Netflix y Fever. Por último, tiene una cuenta oficial de Instagram, ", la cual cuenta con más de 20 mil seguidores. Además, en su descripción se muestra que es una cuenta de "Sala de eventos y espectáculos", además de agregar el link del lugar en donde se podrán comprar las entradas.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Según Ivars y Zaragoza (2018, p. 268) existen diversas estrategias de transmedia que las productoras usan para expandir sus proyectos, estas son cada vez más innovadoras y creativas, pero a pesar de ello, todas estas estrategias tienen un mismo fin, estar más cerca a los espectadores. Además, según Rogla (2018), debido al uso de medios y formatos de diversos tipos, supone un desafío de investigación, ya que la narrativa transmedia ofrece un universo de posibilidades para la creación de comunidades y para hacer que el usuario tenga una mayor vinculación emocional con la marca. Por ello, se debe concluir que los elementos de la narrativa transmedia que se presentan en la primera temporada de La Casa de Papel, son la diversificación por distintas plataformas y la participación activa de la audiencia; por un lado, tenemos la presentación de redes sociales, página web, libros, juegos online y juegos en vivo. Además de contar con una actualización en la cantidad y duración de los capítulos en Netflix para su primera temporada. Por otro lado, tenemos las diversas creaciones por fans; como los grupos de WhatsApp, memes, activaciones y el constante apoyo en las interacciones creadas por la serie. Respecto a ello, se puede decir que La Casa de Papel sí presenta diversas estrategias de expansión narrativa durante su primera temporada, creando así un vínculo cercano con sus espectadores al tener diversos canales de entretenimiento.

Según Lastra (2016), la transmedialidad requiere del prosumidor y éste necesita sentir que forma parte de ella, creando ya sea una página web, redes sociales o un foro. Este debe acceder al contenido siempre que quiera y encontrar un feedback a su apoyo al proyecto. Por ello, según Mora, (2017, p. 197) la audiencia construye sus propios significados respecto a las narrativas del proyecto de cada plataforma que este tenga, para que de esta forma las llamadas "audiencias absorbentes" queden satisfechos con cada experiencia y así deseen invertir más de su tiempo en otras plataformas del universo

transmedia. Por ello, esta investigación permite afirmar que, durante la primera temporada de La Casa de Papel, esta tuvo una gran participación de la audiencia en sus diversas plataformas, como en los comentarios de sus diferentes cuentas de Facebook, Instagram y Twitter. Además, tuvo la participación de los usuarios en su página web, libro y juegos en línea y en vivo. Respecto a ello, se puede concluir que la participación de la audiencia de La Casa de Papel es muy extensa y creativa, donde los espectadores disfrutaron de las diversas plataformas que la serie ofreció en su universo transmedia, durante su primera temporada.

Por otro lado, Mihal (2019), reconoce que la narrativa transmedia se caracteriza por el entrecruzamiento entre los productores de relatos, la industria de los medios y la intervención de los usuarios. Además, de expandir el campo narrativo, estos están sumidos en su mayoría en la industria de los medios digitales. Por ello, según Rodríguez et al. (2016, p. 324) una de las principales innovaciones que se crearon fue el desarrollo de las diversas plataformas, las cuales son las creaciones de nuevas narrativas transmedia, cuyo principal objetivo se centra en brindar la experiencia de los usuarios a la hora de ponerse en contacto con la realidad contada, y su participación en los nuevos canales digitales y eventos creados. Por ello, la serie de ficción, La Casa de Papel, presenta diversas plataformas durante su primera temporada. Por un lado, se crean las redes sociales como: Facebook, Instagram y Twitter (ahora llamada X) administradas por Atresmedia y Netflix posteriormente. Además, presenta su página web en donde se pueden encontrar diversos contenidos extras de los personajes principales y secundarios, videos durante el rodaje y hasta un programa magazine. Seguido de ello, se crea un libro, un juego en línea y un juego en vivo en donde los espectadores y fanáticos pueden participar junto a los actores de la serie. Por último, se puede concluir que La Casa de Papel, cumple con las diversas plataformas durante su primera temporada, la cual tuvo gran acogida por toda la audiencia y fanaticada.

REFERENCIAS

1. Aguilar Gavira, Sonia, & Barroso Osuna, Julio (2015). LA TRIANGULACIÓN DE DATOS COMO ESTRATEGIA EN INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. Píxel-bit. Revista de Medios y Educación, (47),73-88. [fecha de Consulta 27 de Noviembre de 2021]. ISSN: 1133-8482. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36841180005>
2. Aguirre, J. C., & Jaramillo, L. G. (2015). El papel de la descripción en la investigación cualitativa. *Cinta De Moebio*, 53, 175-189. <https://doi.org/10.4067/s0717-554x2015000200006>
3. Atarama, T. y Requena, S. (2018). Narrativa Transmedia: Análisis de la Participación de la Audiencia en la Serie 13 Reasons Why para la Aproximación al Tema del Suicidio, *Journal of Communication*, volumen (17), 193-213. doi: <https://doi.org/10.14201/fjc201817193213>
4. Buitrago, R. (2019). Filosofía orgánica: una aproximación crítica desde la perspectiva del hombre venezolano contemporáneo. Universidad El Bosque, Colombia Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409661113002>
5. CARDONA-ARIAS, JAIBERTH ANTONIO (2015). ORTODOXIA Y FISURAS EN EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTUDIOS DESCRIPTIVOS. *Revista Med*, 23(1),38-49. [fecha de Consulta 27 de Noviembre de 2021]. ISSN: 0121-5256. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=91043954005>
6. Corona Rodríguez, J. M. (2016): ¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre lo transmedia(l) de las narrativas, *Icono* 14, volumen (14), pp. 30-48. doi: 10.7195/ri14.v14i1.919

7. CUADRADO, A. (2016). «Series de TV y videojuegos: la poética de la serialidad en la forma lúdica». En: J. SÁNCHEZ-NAVARRO, A. PLANELLS, V. NAVARRO y D. ARANDA (coords). «Juego digital II». Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, 55, págs. 17-30. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i55.2896>
8. Educación de la Pontificia Universidad Católica del Perú. REDU. Revista de Docencia Universitaria, 15(1), 277-303. <https://doi.org/10.4995/redu.2017.6057>
9. F. Da Silva y G. Núñez, “La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia”, Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/173), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.
10. Formoso Barro, M.J., Martínez Costa, S. y Sanjuán-Pérez, A. (2016): La ficción nacional y los nuevos modelos narrativos en la autopromoción de Atresmedia, Icono 14, volumen (14), pp. 211-232. doi: 10.7195/ri14.v14i1.910
11. García Jiménez, A., Tur-Viñes, V. y Pastor Ruiz, Y. (2018): Consumo mediático de adolescentes y jóvenes. Noticias, contenidos audiovisuales y medición de audiencias, Icono 14, volumen 16 (1), pp. 22-46. doi: 10.7195/ri14.v16i1.1101
12. González-Oñate, C., & Fanjul, C. (2019). CoMLOC 2018: El negocio publicitario en la sociedad digital. En *Universitat Jaume I eBooks*.
<https://doi.org/10.6035/humanitats.2019.59>
13. González-Teruel, Aurora (2015). “Estrategias metodológicas para la investigación del usuario en los medios sociales: análisis de contenido, teoría fundamentada y análisis del discurso”. *El profesional de la información*, v. 24, n. 3, pp. 321- 328.
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.mar.12>

14. Guerrero Pico, M. (Septiembre de 2015). Producción y lectura de fan fiction en la comunidad online de la serie Fringe: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática. *Palabra Clave*, 18(3), 722-745. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.5
15. Hamui, A. (2015): La pregunta de investigación en los estudios cualitativos. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1016/j.riem.2015.08.008>
- 15-16. HEREDIA RUIZ, Verónica (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (135), 275-295. [fecha de Consulta 27 de Noviembre de 2021]. ISSN: 1390-1079. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057381018>
- 16-17. Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Cuarta edición. ISBN 970-10-5753-8
- 17-18. Ivars-Nicolás, B. Zaragoza-Fuster, T. (2018). Lab RTVE. La narrativa transmedia en las series de ficción. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 9(1), 257-271. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.20>
- 18-19. La Casa de Papel [lacasadepapelnetflix]. (27 de noviembre del 2021). Facebook. <https://www.facebook.com/lacasadepapelnetflix>
- 19-20. La Casa de Papel [LaCasaDePapelTV]. (27 de noviembre del 2021). Facebook. <https://www.facebook.com/LaCasaDePapelTV/>
- 20-21. Lastra, A. (2016): El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia, *Icono 14*, volumen (14), pp. 71-94. doi: 10.7195/ri14.v14i1.902

- 21-22. _____ Martínez, C. (2011): El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. México.
- 22-23. _____ Mihal, I (2019): Convergencia pedagógica-digital: libros, lecturas y diseño. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación Universidad de Palermo. ISSN 1668-0227
- 23-24. _____ Neira, Elena; Clares-Gavilán, Judith; Sánchez-Navarro, Jordi (2021). "New audience dimensions in streaming platforms: the second life of Money heist on Netflix as a case study". *Profesional de la información*, v. 30, n. 1, e300113.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13>
- 24-25. _____ Nova Herrera, A. J. (2017). Formación integral en la educación superior: análisis de contenido de discursos políticos. *Praxis & Saber*, 8(17), 181–200.
<https://doi.org/10.19053/22160159.v8.n17.2018.7206>
- 25-26. _____ Pérez, J y Sánchez, J. (2015) TRANSMEDIALIDAD Y NUEVAS TECNOLOGÍAS. Universidad de Salamanca. España. Recuperado de: ISSN: 0210-7287
- 26-27. _____ Pina, A. (productor). (2017). *La Casa de Papel*. [serie de televisión]. España.
- 27-28. _____ Rodríguez-Ferrándiz, R., Ortiz-Gordo, F., & Sáez-Núñez, V. (1970). Contenidos transmedia de las teleseries españolas: clasificación, análisis y panorama en 2013. *Comunicacion Y Sociedad*, 27(4), 73-94.
<https://doi.org/10.15581/003.27.35980>
- 28-29. _____ Rojas Crotte, Ignacio Roberto (2011). ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA DE DEFINICIONES Y PROCEDIMIENTOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. *Tiempo de Educar*,

12(24),277-297. [fecha de Consulta 27 de Noviembre de 2021]. ISSN: 1665-0824.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31121089006>

~~29-30.~~ Rosendo Sánchez, N. (2016): Mundos transmediales: revisión conceptual y perspectivas teóricas del arte de crear mundos, Icono 14, volumen (14), pp. 49-70.
doi: 10.7195/ri14.v14i1.930

~~30-31.~~ Salas, S. A., Martínez, V. M. M., & Morales, C. M. P. (2011). UNA GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTUDIOS DE CASO. Razón y Palabra, 16(75), 39. https://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/01_Diaz_V75.pdf

~~31-32.~~ Santos Prieto, Dania, & Véliz Concepción, Olga Lidia, & Quintero Fleites, Eva Josefina, & Grau Abalo, Ricardo, & Hurtado Aguilar, Lázaro (2010). Caracterización de la succión en el lactante según la rehabilitación neuro-oclusal. Revista Cubana de Estomatología, 47(3),315-325. [fecha de Consulta 27 de Noviembre de 2021]. ISSN: 0034-7507. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=378661975005>

~~32-33.~~ Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, p. 342. ISBN 978-84-234-1336-2.

~~33-34.~~ UPN. (2016). Resolución rectoral N°104-2016-UPN-SAC. p.5 Recuperado de: <https://www.upn.edu.pe/sites/default/files/2020-06/codigo-etica-investigador-cientifico-upn.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Análisis de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie de ficción “La Casa de Papel” (2021)”					
Pregunta Principal	Objetivo general	Categorías	Subcategorías	Indicadores	Metodología
¿Cómo se presentan los elementos de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?	Analizar los elementos de la narrativa transmedia usadas en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021).	Narrativa transmedia	PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	Audiencia, público, seguidores, comunidad, contenido, interacción.	Enfoque: Cualitativo
					Alcance: Descriptivo
Preguntas específicas	Objetivos específicos		PLATAFORMAS	Medios digitales: Redes sociales, videojuegos, comics, libros.	Instrumentos: Fichas de análisis de contenido
¿Cómo se presenta la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021)?	Describir la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021).	"Los receptores y las audiencias de la era digital cuentan con mayores herramientas para apropiarse o negociar los mensajes expuestos por los medios. Razón por la cual es mucho más común encontrar páginas web y blogs dedicados a reflexionar el contenido de series de ficción o películas, y en donde ocurren intercambios entre usuarios para interpretar los contenidos expuestos por los medios masivos, e incluso modificar los relatos originales a través de creaciones propias" (Jenkins, 2008).			Informantes / Fuentes
¿Cómo se presenta el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?	Determinar el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021).				Primera temporada de La Casa de Papel

ANEXO N° 2. FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	Audiencia
	Seguidores
	Interacción
	Comunidad
	Creación de contenido
PLATAFORMAS	Medios digitales: Redes Sociales
	Página Web
	Libro: La Casa de Papel – Escape Book. El diario del profesor
	Juego en línea: La casa de papel – HabboSecurity
	Juegos en vivo: La casa de papel – The Experience

LINK: https://docs.google.com/document/d/1KY0-52jMxMR7--P_-WyOSJw4PyXE2l-d/edit?usp=sharing&ouid=116348346548710521422&rtpof=true&sd=true

ANEXO N° 3. VALIDACIÓN DE EXPERTOS
LIC. ANDREA ORÉ CAMPOS

Lima, 27 de octubre del 2023

Estimada docente

Andrea de Jesús Oré Campos

De mi mayor consideración:

Yo, *Karla Janet Santos Mechato*, postulante al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, me dirijo a usted, respetuosamente para expresarle lo siguiente:

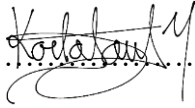
Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan alcanzar los objetivos propuestos en mi trabajo de investigación titulado: Análisis de la Narrativa Transmedia en la Primera Temporada de la serie de ficción 'La Casa de Papel' (2021)

Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompañamos los documentos siguientes:

1. Definición de categorías y subcategorías
2. Matriz de consistencia.
3. Instrumento - Ficha de análisis de contenido.
4. Validación de contenido

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,



Firma

DNI: 74647351

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA CATEGORÍA Y SUBCATEGORÍAS

Categoría: Narrativa transmedia

La narrativa transmedia se puede considerar como un conjunto de experiencias y expansión de historias de una serie o proyecto audiovisual de ficción, ya que, estas siguen una estrategia comunicacional para acercar el proyecto a un nuevo público o afianzar a los actuales. Se sabe que el uso del internet y las redes sociales son los principales soportes de difusión de estas piezas; estas mismas no sólo son transmedia por su expansión narrativa en cuanto a la información extra que aporta, sino que la transmedialidad va de la mano con la participación de los usuarios.

Referencia

Ivars-Nicolás, B. Zaragoza-Fuster, T. (2018). Lab RTVE. La narrativa transmedia en las series de ficción. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 9(1), 257-271.

Subcategorías:

Participación de la audiencia

La participación del usuario es una de las características más importantes de los nuevos consumidores en la transmedialidad. Ya que, estos son los principales responsables para la expansión de los diferentes contenidos transmedia.

Referencia

Atarama, T. y Requena, S. (2018). Narrativa Transmedia: Análisis de la Participación de la Audiencia en la Serie 13 Reasons Why para la Aproximación al Tema del Suicidio, *Journal of Communication*, volumen (17), 193-213. doi: <https://doi.org/10.14201/fjc201817193213>

Plataformas

Las plataformas existen ya desde hace al menos seis mil años, desde que existen las primeras formas de escritura, las diferentes tecnologías y formatos. Todas estas han competido entre sí por ocupar un lugar dominante en el espacio comunicativo, pero es ahora, donde estas siguen creciendo y permitiendo que diversos proyectos audiovisuales sean publicados, compartidos y expandidos por estas.

Referencia

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, p. 342. ISBN 978-84-234-1336-2.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: "Análisis de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021)"					
Pregunta Principal	Objetivo general	Categorías	Subcategorías	Indicadores	Metodología
¿Cómo se presentan los elementos de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?	Analizar los elementos de la narrativa transmedia usadas en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021).	Narrativa transmedia	PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	Audiencia, público, seguidores, comunidad, contenido, interacción.	Enfoque: Cualitativo
					Alcance: Descriptivo
Preguntas específicas	Objetivos específicos		PLATAFORMAS	Medios digitales: Redes sociales, videojuegos, comics, libros.	Instrumentos: Fichas de análisis de contenido
¿Cómo se presenta la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021)?	Describir la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021).	"Los receptores y las audiencias de la era digital cuentan con mayores herramientas para apropiarse o negociar los mensajes expuestos por los medios. Razón por la cual es mucho más común encontrar páginas web y blogs dedicados a reflexionar el contenido de series de ficción o películas, y en donde ocurren intercambios entre usuarios para interpretar los contenidos expuestos por los medios masivos, e incluso modificar los relatos originales a través de creaciones propias" (Jenkins, 2008).			Informantes / Fuentes
¿Cómo se presenta el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?	Determinar el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021).				Primera temporada de La Casa de Papel

INSTRUMENTO – FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	Audiencia
	Seguidores
	Interacción
	Comunidad
	Creación de contenido
PLATAFORMAS	Medios digitales: Redes Sociales
	Página Web
	Libro
	Juego en línea
	Juegos en vivo

FORMATO DE VALIDEZ

Estimado(a) experto(a): Andrea Oré Campos

Reciba mi más cordial saludo. El motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento. En ese sentido, solicito pueda evaluar los instrumentos mediante tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles puntos de mejora.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

Datos Generales

Nombres y Apellidos	Andrea de Jesús Oré Campos		
Correo institucional:			
Grado académico:	Bachiller	Maestrando X	Doctor
Licenciado en:	Ciencias de la comunicación Audiovisual		
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más

	X		
--	---	--	--

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente; es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

PLANTILLA DE VALORACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada Ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

(1) = Sí cumple con el criterio (2) = No cumple con el criterio

Categorías	Ítem	Relevancia		Coherencia		Claridad		Observación
Narrativa Transmedia	Participación de la audiencia	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	
	Plataformas	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []



Oré Campos Andrea de Jesús

DNI: 74071793

Especialidad del evaluador: Docente de Comunicaciones / Directora de Arte

VALIDACIÓN - FLOR ANGELA FLORES COTOS

Lima, 27 de octubre del 2023

Estimada docente

Flor Angela Flores Cotos

De mi mayor consideración:

Yo, *Karla Janet Santos Mechato*, postulante al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, me dirijo a usted, respetuosamente para expresarle lo siguiente:

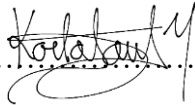
Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan alcanzar los objetivos propuestos en mi trabajo de investigación titulado: Análisis de la Narrativa Transmedia en la Primera Temporada de la serie de ficción 'La Casa de Papel' (2021)

Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompañamos los documentos siguientes:

1. Definición de categorías y subcategorías
2. Matriz de consistencia.
3. Instrumento - Ficha de análisis de contenido.
4. Validación de contenido

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,


.....

Firma

DNI: 74647351

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA CATEGORÍA Y SUBCATEGORÍAS

Categoría: Narrativa transmedia

La narrativa transmedia se puede considerar como un conjunto de experiencias y expansión de historias de una serie o proyecto audiovisual de ficción, ya que, estas siguen una estrategia comunicacional para acercar el proyecto a un nuevo público o afianzar a los actuales. Se sabe que el uso del internet y las redes sociales son los principales soportes de difusión de estas piezas; estas mismas no sólo son transmedia por su expansión narrativa en cuanto a la información extra que aporta, sino que la transmedialidad va de la mano con la participación de los usuarios.

Referencia

Ivars-Nicolás, B. Zaragoza-Fuster, T. (2018). Lab RTVE. La narrativa transmedia en las series de ficción. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 9(1), 257-271.

Subcategorías:

Participación de la audiencia

La participación del usuario es una de las características más importantes de los nuevos consumidores en la transmedialidad. Ya que, estos son los principales responsables para la expansión de los diferentes contenidos transmedia.

Referencia

Atarama, T. y Requena, S. (2018). Narrativa Transmedia: Análisis de la Participación de la Audiencia en la Serie 13 Reasons Why para la Aproximación al Tema del Suicidio, *Journal of Communication*, volumen (17), 193-213. doi: <https://doi.org/10.14201/fjc201817193213>

Plataformas

Las plataformas existen ya desde hace al menos seis mil años, desde que existen las primeras formas de escritura, las diferentes tecnologías y formatos. Todas estas han competido entre sí por ocupar un lugar dominante en el espacio comunicativo, pero es ahora, donde estas siguen creciendo y permitiendo que diversos proyectos audiovisuales sean publicados, compartidos y expandidos por estas.

Referencia

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, p. 342. ISBN 978-84-234-1336-2.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: "Análisis de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021)"					
Pregunta Principal	Objetivo general	Categorías	Subcategorías	Indicadores	Metodología
¿Cómo se presentan los elementos de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?	Analizar los elementos de la narrativa transmedia usadas en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021).	Narrativa transmedia	PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	Audiencia, público, seguidores, comunidad, contenido, interacción.	Enfoque: Cualitativo
					Alcance: Descriptivo
Preguntas específicas	Objetivos específicos		PLATAFORMAS	Medios digitales: Redes sociales, videojuegos, comics, libros.	Instrumentos: Fichas de análisis de contenido
¿Cómo se presenta la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021)?	Describir la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021).	"Los receptores y las audiencias de la era digital cuentan con mayores herramientas para apropiarse o negociar los mensajes expuestos por los medios. Razón por la cual es mucho más común encontrar páginas web y blogs dedicados a reflexionar el contenido de series de ficción o películas, y en donde ocurren intercambios entre usuarios para interpretar los contenidos expuestos por los medios masivos, e incluso modificar los relatos originales a través de creaciones propias" (Jenkins, 2008).			Informantes / Fuentes
¿Cómo se presenta el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?	Determinar el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021).				Primera temporada de La Casa de Papel

INSTRUMENTO – FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	Audiencia
	Seguidores
	Interacción
	Comunidad
	Creación de contenido
PLATAFORMAS	Medios digitales: Redes Sociales
	Página Web
	Libro
	Juego en línea
	Juegos en vivo

FORMATO DE VALIDEZ

Estimado(a) experto(a): Flor Angela Flores Cotos

Reciba mi más cordial saludo. El motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento. En ese sentido, solicito pueda evaluar los instrumentos mediante tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles puntos de mejora.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

Datos Generales

Nombres y Apellidos	Flor Angela Flores Cotos		
Correo institucional:			
Grado académico:	Bachiller	Licenciado X	Magíster
Licenciado en:	Ciencias de la comunicación		
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más X

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente; es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

PLANTILLA DE VALORACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada Ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

(1) = Sí cumple con el criterio (2) = No cumple con el criterio

Categorías	Ítem	Relevancia		Coherencia		Claridad		Observación
Narrativa Transmedia	Participación de la audiencia	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	
	Plataformas	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []



Firma

Apellidos y nombres del juez evaluador: Flores Cotos Flor Angela

DNI: 42530119

Especialidad del evaluador:

Maestra en Relaciones Públicas – Comunicadora Audiovisual**VALIDACIÓN – JORGE LUIS OLAECHEA VELASCO**

Lima, 27 de octubre del 2023

Estimado docente

Jorge Luis Olaechea Velasco

De mi mayor consideración:

Yo, *Karla Janet Santos Mechato*, postulante al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte, me dirijo a usted, respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan alcanzar los objetivos propuestos en mi trabajo de investigación titulado: Análisis de la Narrativa Transmedia en la Primera Temporada de la serie de ficción 'La Casa de Papel' (2021)

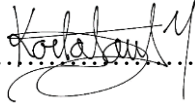
Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompañamos los documentos siguientes:

5. Definición de categorías y subcategorías
6. Matriz de consistencia.
7. Instrumento - Ficha de análisis de contenido.

8. Validación de contenido

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,



Firma

DNI: 74647351

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA CATEGORÍA Y SUBCATEGORÍAS

Categoría: Narrativa transmedia

La narrativa transmedia se puede considerar como un conjunto de experiencias y expansión de historias de una serie o proyecto audiovisual de ficción, ya que, estas siguen una estrategia comunicacional para acercar el proyecto a un nuevo público o afianzar a los actuales. Se sabe que el uso del internet y las redes sociales son los principales soportes de difusión de estas piezas; estas mismas no sólo son transmedia por su expansión narrativa en cuanto a la información extra que aporta, sino que la transmedialidad va de la mano con la participación de los usuarios.

Referencia

Ivars-Nicolás, B. Zaragoza-Fuster, T. (2018). Lab RTVE. La narrativa transmedia en las series de ficción. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 9(1), 257-271.

Subcategorías:

Participación de la audiencia

La participación del usuario es una de las características más importantes de los nuevos consumidores en la transmedialidad. Ya que, estos son los principales responsables para la expansión de los diferentes contenidos transmedia.

Referencia

Atarama, T. y Requena, S. (2018). *Narrativa Transmedia: Análisis de la Participación de la Audiencia en la Serie 13 Reasons Why para la Aproximación al Tema del Suicidio*,

Plataformas

Las plataformas existen ya desde hace al menos seis mil años, desde que existen las primeras formas de escritura, las diferentes tecnologías y formatos. Todas estas han competido entre sí por ocupar un lugar dominante en el espacio comunicativo, pero es ahora, donde estas siguen creciendo y permitiendo que diversos proyectos audiovisuales sean publicados, compartidos y expandidos por estas.

Referencia

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, p. 342. ISBN 978-84-234-1336-2.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Titulo: "Análisis de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021)"					
Pregunta Principal	Objetivo general	Categorías	Subcategorías	Indicadores	Metodología
¿Cómo se presentan los elementos de la narrativa transmedia en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?	Analizar los elementos de la narrativa transmedia usadas en la primera temporada de la serie de ficción "La Casa de Papel" (2021).	Narrativa transmedia	PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	Audiencia, público, seguidores, comunidad, contenido, interacción.	Enfoque: Cualitativo
					Alcance: Descriptivo
Preguntas específicas	Objetivos específicos		PLATAFORMAS	Medios digitales: Redes sociales, videojuegos, comics, libros.	Instrumentos: Fichas de análisis de contenido
¿Cómo se presenta la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021)?	Describir la participación de la audiencia en la primera temporada de La Casa de Papel (2021).	"Los receptores y las audiencias de la era digital cuentan con mayores herramientas para apropiarse o negociar los mensajes expuestos por los medios. Razón por la cual es mucho más común encontrar páginas web y blogs dedicados a reflexionar el contenido de series de ficción o películas, y en donde ocurren intercambios entre usuarios para interpretar los contenidos expuestos por los medios masivos, e incluso modificar los relatos originales a través de creaciones propias" (Jenkins, 2008).			Informantes / Fuentes
¿Cómo se presenta el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021)?	Determinar el uso de las plataformas en la primera temporada de la serie La Casa de Papel (2021).				Primera temporada de La Casa de Papel

INSTRUMENTO – FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA	Audiencia
	Seguidores
	Interacción
	Comunidad
	Creación de contenido
PLATAFORMAS	Medios digitales: Redes Sociales
	Página Web
	Libro
	Juego en línea
	Juegos en vivo

FORMATO DE VALIDEZ

Estimado(a) experto(a): Jorge Luis Olaechea Velasco

Reciba mi más cordial saludo. El motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento. En ese sentido, solicito pueda evaluar los instrumentos mediante tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles puntos de mejora.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

Datos Generales

Nombres y Apellidos	Jorge Luis Olaechea Velasco		
Correo institucional:	jorge.olaechea@upn.edu.pe		
Grado académico:	Bachiller X	Licenciado	Magíster
Licenciado en:			

Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más X
--	------------	-------------	--------------------

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente; es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Sí cumple con el criterio.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

PLANTILLA DE VALORACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada Ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

(1) = Sí cumple con el criterio (2) = No cumple con el criterio

Categorías	Ítem	Relevancia		Coherencia		Claridad		Observación
Narrativa Transmedia	Participación de la audiencia	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	
	Plataformas	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(1) <input checked="" type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []



Firma

Apellidos y nombres del juez evaluador: Olaechea Velasco Jorge Luis

DNI: 10806254

Especialidad del evaluador: Comunicación Audiovisual